

И. Н. Ефимова

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ АБИТУРИЕНТОВ ПРИ ВЫБОРЕ ВУЗА (НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Представлены результаты анализа мотивации абитуриентов. Выявлены причины, факторы и критерии, которые оказывают решающее влияние на выбор молодыми людьми того или иного вуза: высокое качество образования, большой выбор направлений подготовки, возможность учиться на современном оборудовании, инновационность, возможность трудоустройства, а также известность и престиж вуза.

Ключевые слова: конкуренция, национальный исследовательский университет, мотивация абитуриентов, бренд вуза, реклама вуза, выбор вуза.

•
I. N. Efimova

Analysis of the prospective students' motivation in their choice of the university (the Nizhni Novgorod region)

The results of the analysis of the motivation for the prospective students' choice of the University in 2011 are presented. Reasons, factors and criteria that affect the choice of university in a decisive manner are determined. The study also determined the key values for the prospective students on the example of N.I.Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod — National Research University: high quality of education, broad choice of majors and courses, access to the modern equipment, innovativeness, job opportunities and also the University's reputation and prestige.

Key words: national research university, prospective students' motivation, brand of the university, advertisement of the university, choice of the university.

Формирование одного из элементов социальной системы, а именно образования, влияет на дальнейшие перспективы развития этой сферы в целом и на применение высшими учебными заведениями новых стратегий в области предоставления образовательных услуг, позиционирования вуза. Формирование имиджа высшего учебного заведения и его поддержание усиливает позиции не только на локальном рынке образовательных услуг, но и на уровне региона и страны, что в значительной мере отражается на мотивации студентов при выборе вуза.

Необходимо отметить, что процессы развития общества зависят и от развития образования в стране. Более того, человеческий капитал все больше и больше ценится на рынке. И одной из задач высших образовательных учреждений является предоставление услуг, соответствующих требованиям рынка [1].

Конкурентные преимущества обеспечивают себе те вузы, которые обладают высоким интеллектуальным потенциалом, занимают устойчивые позиции на рынке, имеют свою стратегию развития, базирующуюся на нескольких конку-

рентных позициях [2]. Каждый вуз должен формировать собственные ценности, которые позволят ему охватить наиболее широкую целевую аудиторию. К основным ценностям можно отнести следующие:

- известность и престиж вуза (бренд);
- высокое качество образования, профессионализм преподавателей;
- возможность успешного трудоустройства выпускников после окончания вуза;
- наличие системы международных стажировок и практик;
- возможность получить инновационное и перспективное высшее профессиональное образование (современные программы подготовки и дисциплины);
- возможность учиться на самом современном оборудовании (хорошая материально-техническая база);
- большой выбор направлений подготовки (специальностей);
- высокая степень интегрированности научно-исследовательских процессов и многое другое.

Сфера высшего профессионального образования Нижегородской области представлена 37 высшими профессиональными учреждениями.

Лидирующие позиции на рынке образовательных услуг принадлежат Нижегородскому государственному университету им. Н. И. Лобачевского — Национальному исследовательскому университету, Нижегородскому государственному техническому университету им. Р. Е. Алексеева, Нижегородскому филиалу Государственного университета — Высшей школы экономики, Нижегородскому государственному лингвистическому университету им. Н. А. Добролюбова, Нижегородскому государственному педагогическому университету, Волго-Вятской академии государственной службы.

Стратегия развития образовательного поля Нижегородской области направлена на создание новых образовательных форматов — от системы дистанционного обучения до электронных высших виртуальных систем, на сочетание критериев качества образования с требованиями, предъявляемыми работодателями, а также на удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии [3].

Многие вузы Нижегородской области соответствуют основным критериям, которые влияют на мотивацию студентов при выборе вуза (местонахождение, наличие аккредитации, возможность бесплатного обучения, получение качественного образования и т. д.). Однако после формирования единого образовательного пространства в рамках Болонского процесса, перехода системы образования на двухуровневую абитуриенты стали выбирать вуз не по принципу сдачи тех или иных экзаменов, а учитывая его показатели и ценности. И анализ критериев их мотивации является первоочередной задачей для руководителя любого вуза. Руководству вуза важно определить, какие именно факторы, принципы, причины влияют на мотивацию абитуриентов после ввода системы ЕГЭ.

Проанализируем основные характеристики наиболее востребованных вузов Нижегородской области.

Перед абитуриентами и их родителями частую стоит нелегкий выбор: в океане информации выбрать именно то, что нужно. Вот почему различные агентства в России в последние годы активно занимаются составлением рейтингов вузов, основанных на различных показателях: баллах ЕГЭ, зарплате выпускников вузов, количестве грантов, выигранных вузом.

По нашему мнению, одним из таких показателей уровня (рейтинга) вуза являются результаты участия высших учебных заведений страны в крупнейших проектах, утвержденных Правительством Российской Федерации в последние годы в целях развития науки и высшей школы.

Основываясь на данных критериях, можно с уверенностью сказать, что Нижегородский государственный университет им. Н. В. Лобачевского (ННГУ) — успешный вуз, он стал победителем всех крупнейших конкурсных программ, направленных на развитие российского образования: ННГУ присвоена категория «национальный исследовательский университет», он выиграл четыре проекта по привлечению ведущих ученых в российские образовательные учреждения высшего профессионального образования; стал победителем конкурса по отбору программ развития инновационной инфраструктуры, конкурса по развитию кооперации российских высших учебных заведений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства, конкурса в рамках приоритетного национального проекта «Образование».

ННГУ ведет активную международную деятельность и является победителем многих международных конкурсных программ, в том числе 16 проектов программы Темпус, российско-американской программы «ЭВРИКА: Развитие научно-исследовательского и предпринимательского потенциала российских университетов».

В настоящее время ННГУ включает в себя: 19 факультетов, 136 кафедр, 5 научно-исследовательских институтов, 9 филиалов в Нижегородской области. В университете обучается около 40 тыс. человек, около 1000 аспирантов и докторантов.

5 сентября 2011 г. исследовательское агентство QS опубликовало рейтинг лучших университетов мира QS World University Rankings 2011, всего в топ 700 вошло 13 вузов РФ, среди которых ННГУ им. Н. И. Лобачевского — Национальный исследовательский университет. Это означает попадание ННГУ в 4 % элитных вузов мира, которых на сегодняшний день существует примерно 20 тыс.

Нижегородский технический университет им. Р. Е. Алексеева ведет подготовку специалистов для научного и промышленного комплексов. В его профессорско-преподавательский состав входят 3 академика и члена-корреспондента РАН, 48 академиков и членов-корреспондентов отраслевых академий, 10 лауреатов государственной премии РФ, 20 заслуженных деятелей науки и

техники, 2 заслуженных работника высшей школы РФ, 1 заслуженный конструктор РФ, 1 заслуженный изобретатель РФ, 1 заслуженный работник физической культуры РФ, 1 заслуженный машиностроитель РФ, 182 доктора и профессора, 593 кандидата наук.

Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет (ННГАСУ) — один из ведущих архитектурно-строительных вузов. В нем обучается свыше 16 тыс. студентов. Научно-педагогический коллектив составляет около 1000 человек, среди них 110 профессоров, докторов наук, 9 членов двух государственных академий наук (Российской академии архитектуры и строительных наук и Российской академии образования), 2 члена ВАК. ННГАСУ предоставляет широкий спектр образовательных услуг, в том числе 65 программ высшего профессионального образования (18 направлений бакалавриата, 31 специальность, 16 направлений магистратуры).

Анализ мотивации абитуриентов, поступающих в вузы в 2011 г., позволил выявить те причины, факторы и критерии, которые оказывают решающее влияние на их выбор вуза. Исследование осуществлялось с помощью анкетирования. На вопросы анкеты ответили 822 респондента. Опрос проводился в приемных комиссиях 16 факультетов ННГУ с 20 июня по 20 июля 2011 г. Полученная информация была обработана с помощью программ Microsoft Word и Microsoft Excel.

В опросе участвовали 822 респондента, из которых 378 человек (46 %) — юноши и 444 человека (54 %) — девушки. Распределение по полу соответствует демографическим данным: девушек в возрасте от 16 до 19 лет больше, чем представителей мужского пола.

Распределение респондентов по месту проживания выглядит следующим образом: 62,7 % опрошенных абитуриентов проживают непосредственно в Нижнем Новгороде или в ближайших городах области: Кстово, Дзержинск, Павлово и т. д., 37,3 % — в других городах различных регионов.

Перед проведением исследования предполагалось, что большинство абитуриентов свое решение в отношении избрания вуза уже приняли, поэтому они смогут дать четкий ответ на вопрос о мотивации их выбора.

Понятно, что в настоящее время трудно устроиться на высокооплачиваемую работу без наличия диплома о высшем образовании, поэтому практически все абитуриенты, еще будучи школьниками, планируют поступить в вуз и тем са-

мым хотя бы формально проложить себе дорогу к получению престижной работы. Доказательством этому служат статистические данные по Нижегородской области: 94,7 % опрошенных планируют получать высшее профессиональное образование, 4,7 % пока не знают и лишь 0,7 % не будут поступать в вуз.

В ННГУ в результате опроса были получены следующие данные: большинство респондентов хотят получить высшее образование для того, чтобы стать дипломированными специалистами (26 %); 24 % респондентов хотят получить диплом престижного вуза; 16 % считают, что высшее образование необходимо всем, и хотят получить больше знаний в интересующей их сфере (рис. 1).

На рис. 2 представлены данные о различных критериях выбора абитуриентами конкретного вуза.

Среди 822 опрошенных абитуриентов только 69,1 % определились с окончательным выбором вуза — это ННГУ им. Н. И. Лобачевского.

Проанализируем, в какие вузы подали документы остальные респонденты (30,9 %): в Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет (ННГАСУ) — 2,1 %, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова (НГЛУ) — 3,4 %, Нижегородский государственный технический университет им. Р. Е. Алексеева (НГТУ) — 20,9 %, Нижегородский государственный педагогический университет (НГПУ) — 19,5 %, Нижегородский филиал Государственного университета — Высшей школы экономики (ГУ ВШЭ) — 26,9 %, Нижегородский филиал Гуманитарного института (НФ ГИ) — 15,4 %, Нижегородский филиал Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ) — 6,8 %, Нижегородский коммерческий институт (НКИ) — 3,3 %, Нижегородский институт менеджмента и бизнеса (НИМБ) — 1,7 % (рис. 3).

Таким образом, наибольшее количество респондентов — 69,1 % планируют поступать именно в ННГУ. Такой результат был достаточно предсказуем: ННГУ соответствует всем критериям, которые были отмечены респондентами (местонахождение, наличие аккредитации, возможность бесплатного обучения, получение качественного образования и т. д.).

Для правильного выбора учебного заведения абитуриентам необходимо получить максимально полную, качественную и достоверную информацию о вузе.

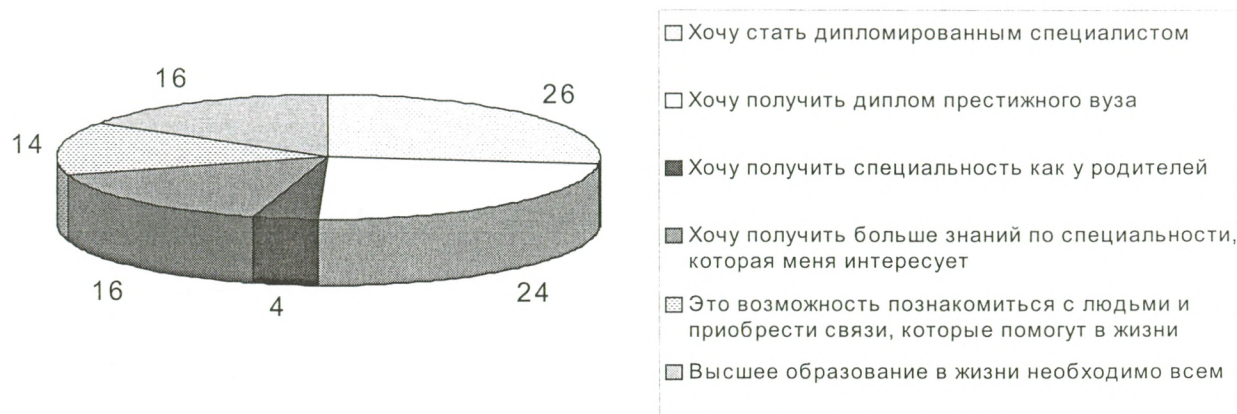


Рис. 1. Дифференциация причин получения абитуриентами высшего профессионального образования, %

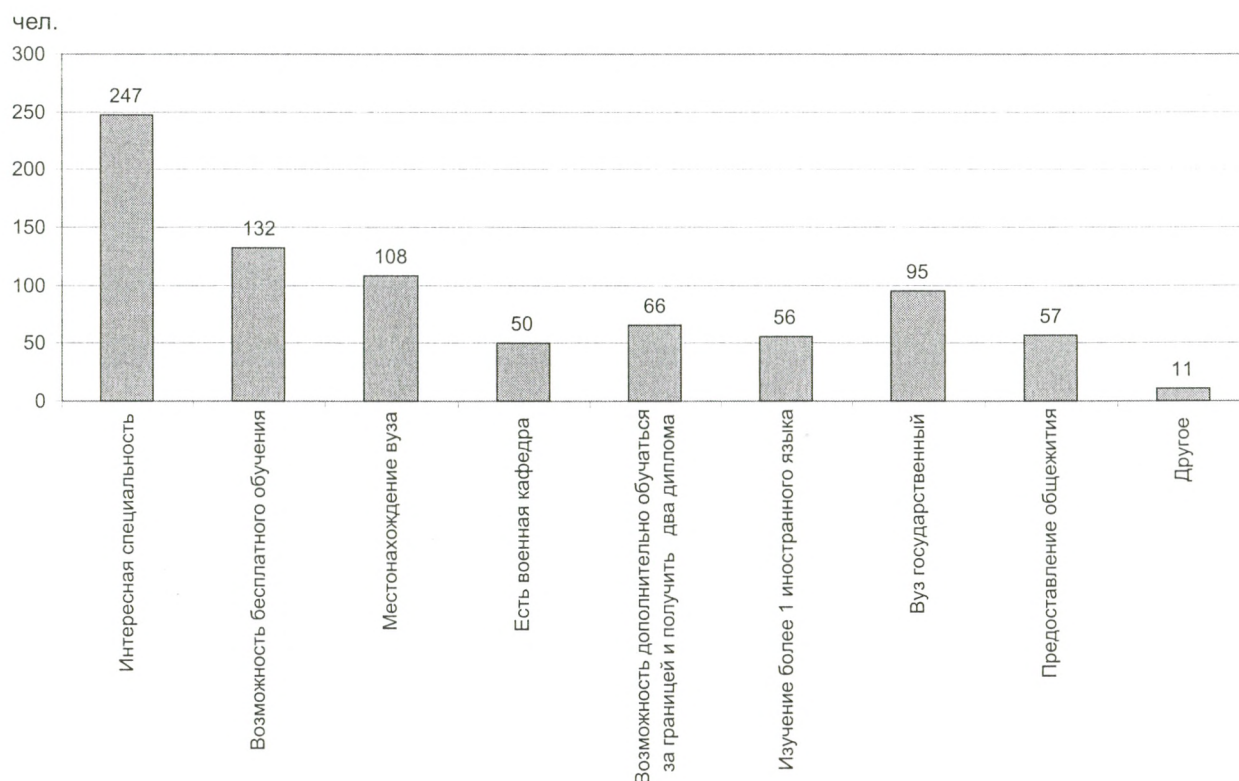


Рис. 2. Дифференциация критериев выбора вуза абитуриентами

В настоящее время имеется достаточное количество источников информации. Рассмотрим, какие же из них наиболее популярны среди абитуриентов (рис. 4). Анализ полученной диаграммы показывает, что наиболее популярным источником информации оказался официальный сайт вуза — ему отдали предпочтение 68 % респондентов; 50 % респондентов предпочли социальные сети в Интернете, замыкает тройку популярных ответов (48 %) источник «знакомые, друзья, родные».

Проведем анализ причин, влияющих на выбор абитуриентами конкретного вуза (рис. 5).

Из рис. 5 следует, что при равных условиях большая часть абитуриентов в качестве основной причины выбора вуза называет «совет родителей» — 54 %, одинаково значимы для абитуриентов показатели «совет друзей, знакомых» (43 %) и «реклама вуза» (42 %). Следующую позицию занимает информация, полученная от представителей вуза (30 %), показатель «свой выбор» составляет всего 21 %, и замыкает перечень

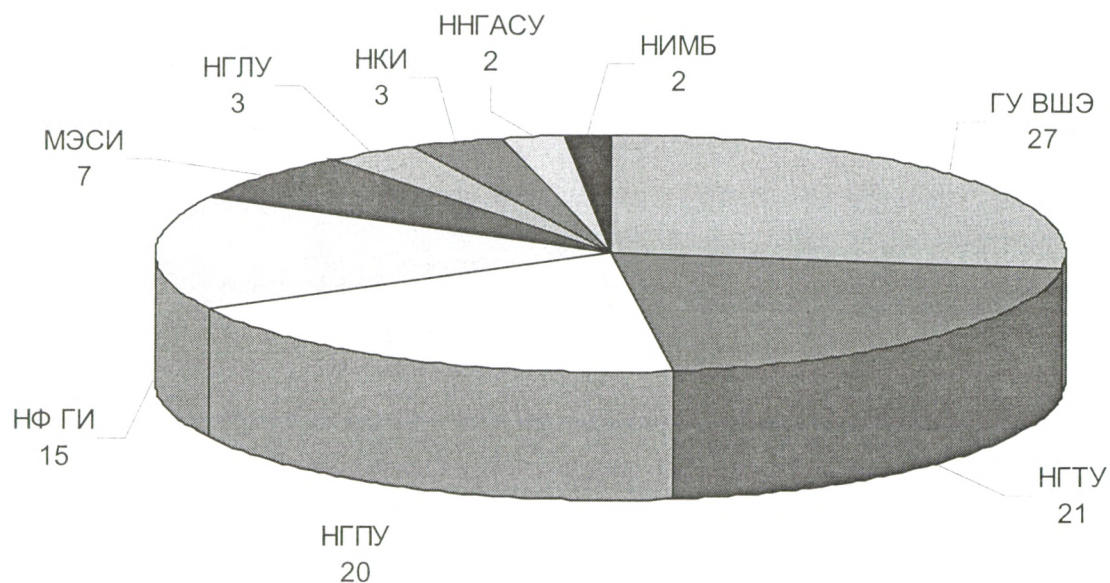


Рис. 3. Распределение абитуриентов по вузам Нижнего Новгорода (в качестве альтернативы ННГУ им. Н. И. Лобачевского), %

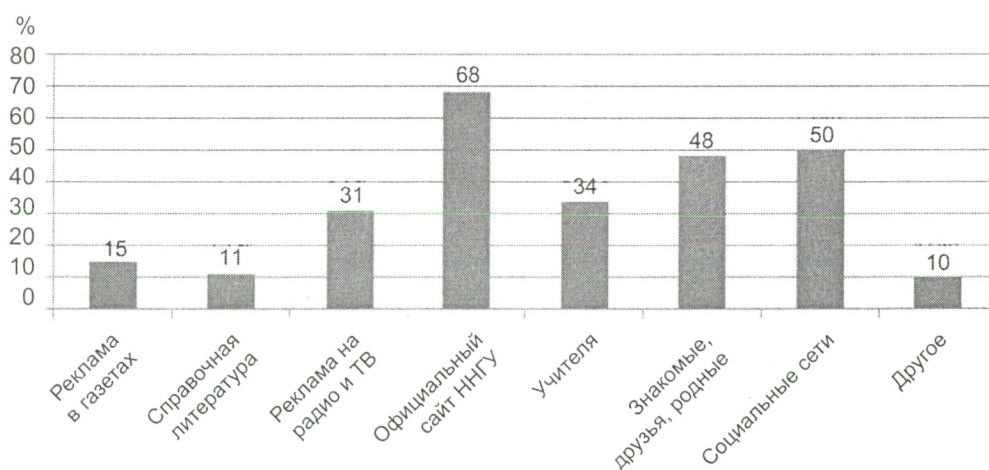


Рис. 4. Рейтинг популярности источников информации у абитуриентов

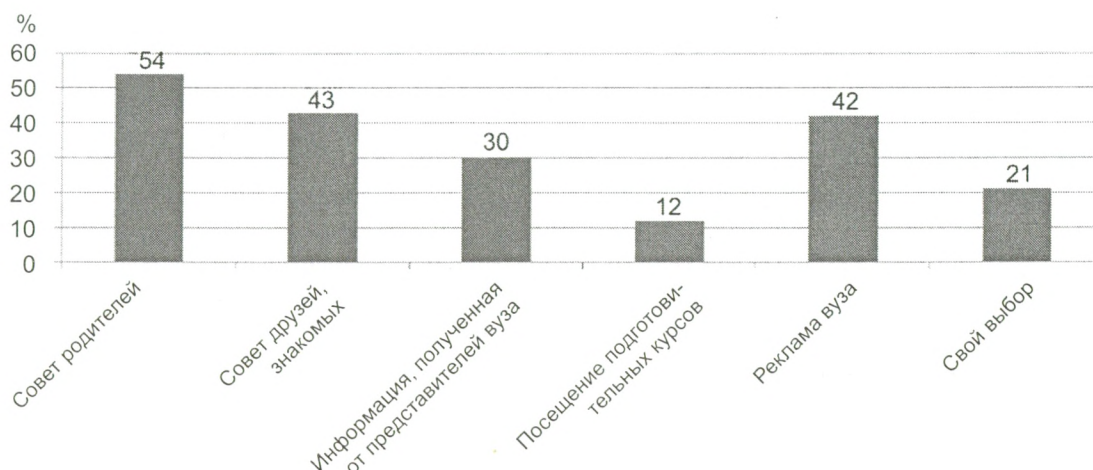


Рис. 5. Причины выбора вуза абитуриентами

показатель «посещение подготовительных курсов» — 12 %.

На основе анализа причин выбора вуза абитуриентами можно сделать вывод, что подготовительным факультетам необходимо активизировать работу по привлечению школьников (будущих абитуриентов) на подготовительные курсы, расширить агитацию в школах, колледжах и техникумах Нижнего Новгорода и городов области.

Далее рассмотрим факторы, наиболее значимые для абитуриентов при поступлении в вуз (рис. 6). Из рис. 6 видно, что показатель «известность и престиж (бренд вуза)» с большим отрывом лидирует — 67 %. Затем следуют «возможность успешного трудоустройства после окончания вуза» — 45 % и «возможность получить инновационное и перспективное образование» — 44 %; 37 % абитуриентов отдают предпочтение показателю «большой выбор направлений подготовки»; 33 % — «возможность учиться на со-

временном оборудовании»; 28 % опрошенных называют «наличие международных стажировок и практик» и только 23 % выбирают высокое качество образования.

Повлиял ли на выбор вуза тот факт, что он является национальным исследовательским университетом? Как мы можем видеть из рис. 7, больше половины респондентов отметили важность и значимость факта наличия у вуза категории «национальный исследовательский университет». На наш взгляд, в дальнейшей рекламной политике любого национального исследовательского университета необходимо продолжать акцентировать внимание на наличие у него данной категории, так как это, несомненно, влияет на мотивацию абитуриентов.

Какую форму обучения предпочитают абитуриенты? Исключительно бюджетную форму обучения выбрали для себя 33 %. Данный факт можно объяснить как нежеланием оплачивать обучение, так и невозможностью это делать из-

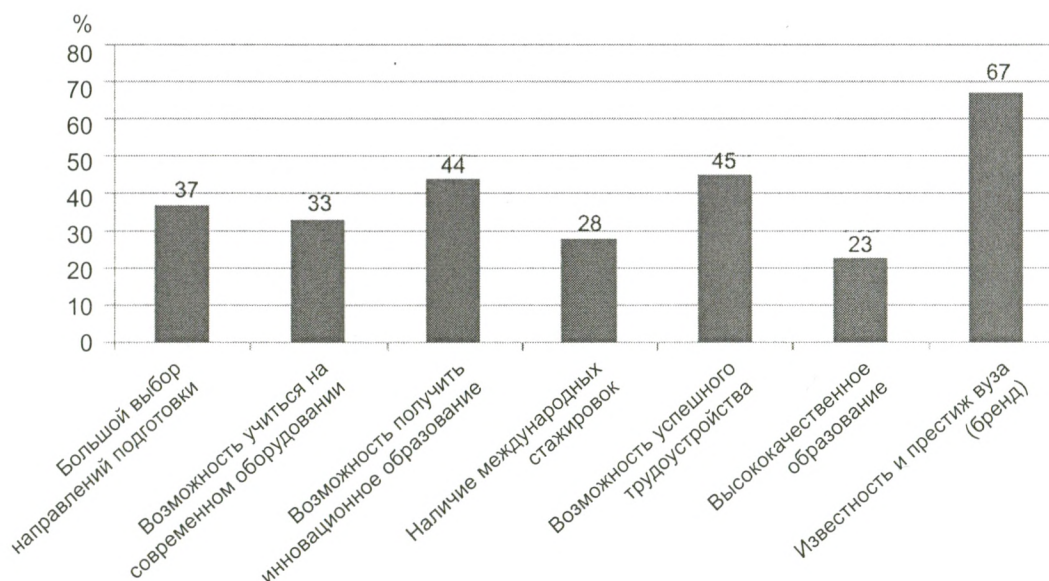


Рис. 6. Факторы, наиболее значимые для абитуриентов при поступлении в вуз

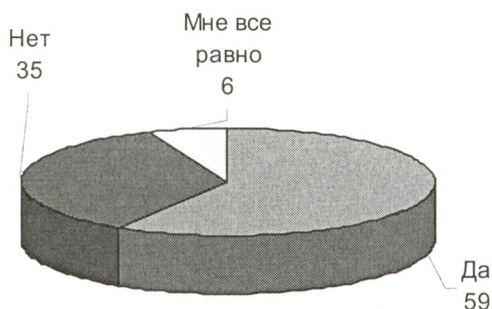


Рис. 7. Влияние категории «национальный исследовательский университет» на выбор вуза абитуриентами, %

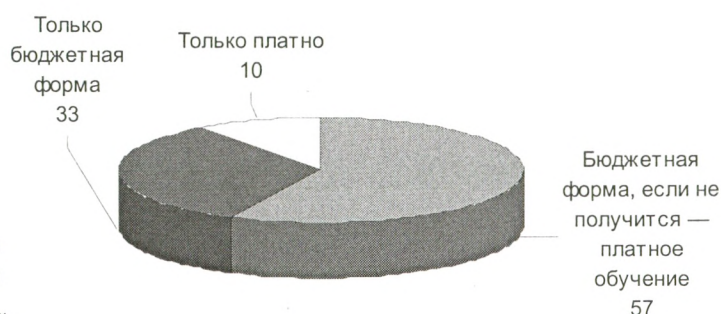


Рис. 8. Распределение мнений абитуриентов о форме обучения в вузе, %

за низкого дохода семьи. 57 % попытаются поступить на бюджетную форму, но если не получится, будут обучаться платно. Это связано с тем, что абитуриенты могут не набрать необходимый проходной балл и им придется согласиться на платную форму обучения, тем более что количество бюджетных мест с каждым годом уменьшается. Только платно согласны обучаться всего 10 % респондентов (рис. 8).

Рассмотрим теперь, какую сумму готовы заплатить абитуриенты (их родители) за обучение в вузе (рис. 9). 24 % респондентов были готовы заплатить 15–20 тыс. руб. в семестр за обучение, т. е. самую минимальную сумму. Важно отметить, что во всех вузах с каждым годом стоимость обучения повышается и 15–20 тыс. недостаточно для оплаты, потому большинство абитуриентов и рассчитывают поступить на бюджетную форму. 31 % респондентов готовы заплатить 21–25 тыс. руб., что является средней стоимостью семестра обу-

чения в нижегородских вузах. Максимальную сумму, представленную в анкете, — более 40 тыс. руб. могут заплатить 10 % респондентов, что объясняется достаточно высоким доходом в их семье.

На рис. 10 представлена диаграмма, иллюстрирующая осведомленность респондентов о стоимости обучения в выбранном ими вузе. Не знают о стоимости обучения в вузе 63,33 %, примерно знают — 20,67 % абитуриентов и знают точно — 16 % опрошенных.

Рассмотрим теперь, какие области знаний выбрали респонденты (рис. 11). Как мы можем видеть из представленной диаграммы, пятая часть респондентов выбрала экономику и финансы (20 %). Далее следуют физико-математическое направление — 17 % и юриспруденция — 14 %. Надо отметить, что гуманитарные и социально-экономические направления привлекательны для 63 % (почти две трети от числа опрошенных). Вот уже на протяжении нескольких лет данные

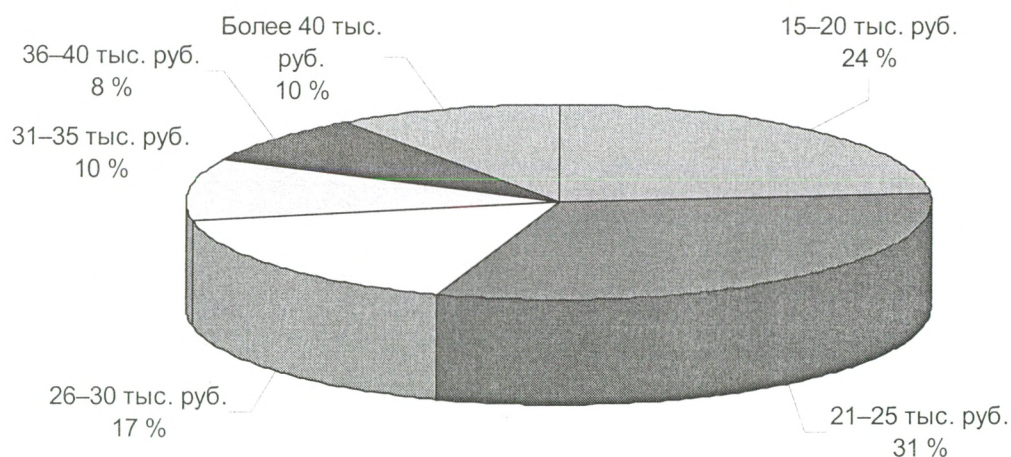


Рис. 9. Распределение мнений абитуриентов о размере платы за один семестр

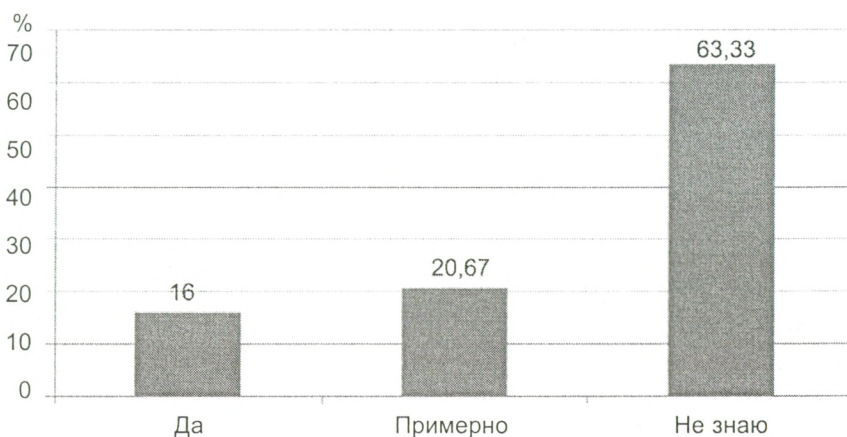


Рис. 10. Осведомленность абитуриентов о стоимости обучения в выбранном вузе

области выбирает большинство абитуриентов, считая их наиболее прибыльными, престижными и востребованными.

Мнения респондентов о заработной плате в течение 1–2 лет после окончания вуза были достаточно неоднородны (рис. 12). 24 % респондентов ожидают получать 21–25 тыс. руб., что вполне соответствует действительности, так как работодатели не готовы платить высокую заработную плату выпускникам, тем более если они не имеют опыта работы. 23 % собираются зарабатывать 26–30 тыс. руб. и 13 % респондентов назвали сумму более чем в 50 тыс. руб., доста-

точно завышенную даже для выпускника самой престижной специальности и квалификации.

Выводы

- Существует очень высокий спрос на высшее образование: 94,7 % опрошиваемых планирует поступать в высшие учебные заведения.
- Главной причиной получения высшего образования респонденты считают его необходимость в жизни.
- Важнейшими критериями при выборе вуза выступают интересные направления подготовки

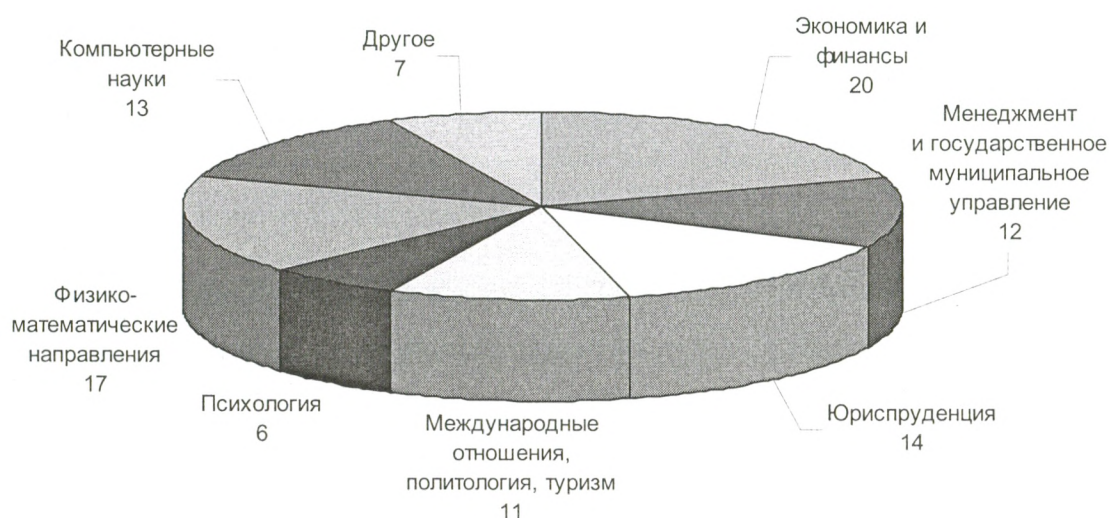


Рис. 11. Области знаний, выбранные абитуриентами при поступлении в вуз, %

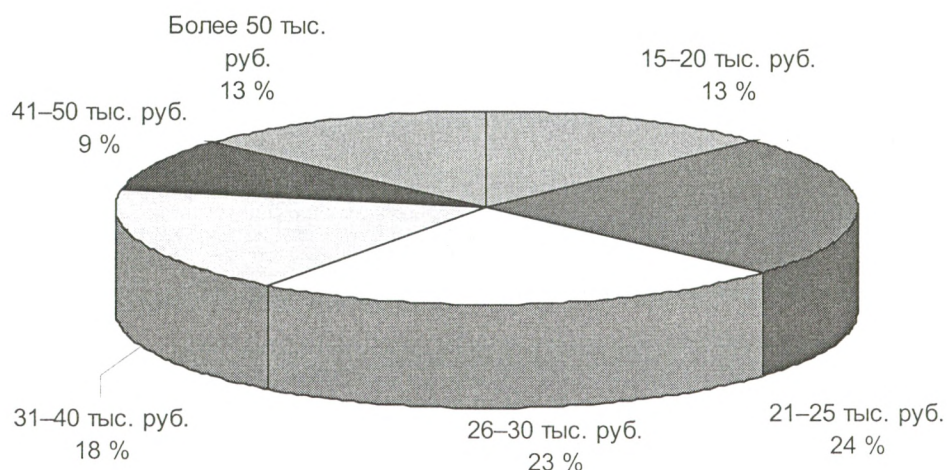


Рис. 12. Распределение мнений абитуриентов о размере будущей заработной платы

(специальности), возможность бесплатного обучения, наличие у вуза государственной аккредитации.

- Интернет (официальный сайт и социальные сети), советы родителей и знакомых, рекламные сообщения на радио, ТВ и в прессе, Дни открытых дверей в вузе — наиболее популярные источники информации для абитуриентов, на качество и полноту информации которых учебным заведениям стоит обратить более пристальное внимание с целью обеспечения максимальной осведомленности абитуриентов.

- В связи с уменьшением количества бюджетных мест и некоторым увеличением доходов семей 57,3 % респондентов, если не поступят на бюджетное отделение, будут обучаться платно.

- При поступлении большое влияние оказывает престиж (бренд) вуза. 67 % респондентов отметили важность наличия категории «национальный исследовательский университет» у ННГУ. При этом диплом престижного вуза воспринимается как конкурентное преимущество при трудоустройстве. Следующими по значимости оказываются факторы, непосредственно связанные с будущим абитуриента (инновационное образование, перспективы трудоустройства, большой выбор направлений, возможность практиковаться за рубежом) и удобством обучения (стоимость обучения, сложность вступительных испытаний, местоположение вуза).

- При выборе учебного заведения абитуриенты ориентируются в основном на мнения родителей, друзей и знакомых, рекламу вузов и в последнюю очередь — на собственное мнение.

- 31,7 % респондентов (почти каждый третий) готовы заплатить 21–25 тыс. руб. за семестр обучения в вузе, что практически укладывается в среднюю стоимость обучения в ННГУ (около 48 503 тыс. руб. в год).

- Большинство респондентов хотели бы обучаться таким специальностям, как менеджмент, экономика и финансы, юриспруденция, несмотря на то, что в настоящее время наблюдается избыток данных специалистов.

Глобализация рынка образовательных услуг, формирование единого образовательного пространства в рамках Болонского процесса, активизация международного научного сотрудничества, расширение рынка инновационных услуг оказывают благоприятное воздействие на развитие всех вузов [4].

Конкуренция вузов в глобальном образовательном пространстве, борьба за привлечение высококачественных человеческих, материальных и нематериальных ресурсов непосредственно связаны с демонстрацией уровня развития отдельно взятого вуза и качества образования в нем. Имидж вузов становится основным информационным инструментом потребительского выбора.

Анализ приемной кампании 2011 г. показал растущее влияние рейтингов университетов на мотивацию абитуриентов при выборе вузов.

Период обучения в вузе является не только определенной вехой в жизни каждого человека, но и одним из основных этапов социализации личности, способствующих формированию ее мировоззрения, поэтому мотивация получения высшего образования занимает одно из ведущих мест в структуре личности. Изучение мотивации абитуриентов поможет определить перспективы развития высшего образования.

1. Грудзинский А. О. Проектно-ориентированный университет: профессиональная предпринимательская организация вуза. Н. Новгород : Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2004. 370 с.

2. Гуськова Н. Д., Краковская И. Н. Инвестиции в человеческий капитал вуза: организационный аспект // Проблема теории и практики управления. 2010. № 5. С. 53–58.

3. Стронгин Р. Г. Управление вузом в современных условиях (опыт Нижегородского университета). Н. Новгород : Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2010. 170 с.

4. Чупрунов Е. В., Гурбатов С. Н., Бедный Б. И. Классический исследовательский университет в инновационном обществе знаний // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 1. С. 6–16.

